

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduste valdkond
Psühholoogia instituut

Anna-Kati Pahker

**FACEBOOKI AKTIIVSE-PASSIIVSE JA AVALIKU-PRIVAATSE KASUTAMISE
SEOSD ENESEHINNANGU JA ISIKSUSEOMADUSTEGA**

Uurimistöö

Juhendajad: Dmitri Rozgonjuk, MA

Karin Täht, PhD

Läbiv pealkiri: FACEBOOK, ENESEHINNANG JA ISIKSUS

Tartu
2016

Lühikokkuvõte

Sotsiaalmeediakanalite (sh Facebooki) populaarsus on seoses tehnoloogia arenguga pideval ja kindlal tõusuteel, mis tähendab, et võimalike ohtude vältimiseks on vajalik sotsiaalmeediakanalite kasutamise sügavam uurimine. Käesolevas töös on luubi all Facebook ning selle aktiivne-passiivne ja avalik-privaatne kasutamine, enesehinnang ja isiksus. Et Facebooki kasutamise dimensioonide, enesehinnangu ja isiksuseomaduste vahel seoseid uurida, adapteeriti ja valideeriti Frisoni ja Eggemonti (2015) kümnest küsimusest koosnev Mitmedimensiooniline Facebooki Kasutamise Skaala (MSFU) eesti keeleruumi. Andmeanalüüsis kasutati 121 ($N = 121$) küsimustikke (sh MSFU-E, Facebooki reaalse kasutamise küsimustik, isiksuseküsimustik ja enesehinnangu skaala) täitnu andmeid, kelle vanuse varieerusid 18 ja 34 ($M = 22,52$; $SD = 3.1$) vahel. Töös leiti seos Facebooki aktiivse-avaliku kasutamise ja ekstravertsuse ning Facebooki aktiivse-privaatse kasutamise ja sotsiaalsuse vahel. Samuti leiti positiivne korrelatsioon Facebooki passiivse kasutamise ja neurootilisuse vahel. Enesehinnangu, teiste isiksuseomaduste ja Facebooki kasutamise vahel seoseid ei leitud.

Märksõnad: *Facebooki kasutamine, eestikeelne Facebooki skaala, isiksus, enesehinnang*

Abstract

Active-Passive and Public-Private Facebook Usage and Its Relations to Self-Esteem and Personality

Supported by continuous growth of technology, social media sites are on an ongoing rise. To prevent possible threats accompanied by it, it is crucial to research social media sites (incl. Facebook) usage in depths. Current research focused on Facebook's active-passive, public-private usage, and its relations to self-esteem and personality. To research Facebook's active-passive, public-private usage Frison and Eggemont's (2015) Multidimensional Scale of Facebook Usage (MSFU) was adapted to Estonian language space. A set of questionnaires including Multidimensional Scale of Facebook Usage in Estonian (MSFU-E), Real Report of Facebook Usage, Self-Esteem Scale, and *Personality Inventory* were completed by 121 adults between ages 18-34-years ($M = 22,52$; $SD = 3.1$). Research showed relationships between public-active Facebook usage and extraversion, and active-private Facebook usage and agreeableness. Also a positive correlation between passive Facebook usage and neuroticism, was found. No relationship between Facebook usage, self-esteem, and other personality traits were reported.

Keywords: *Facebook usage, MSFU-E, self-esteem, personality*

Sissejuhatus

Sotsiaalmeediakanalite olemus, kasutamispõhjused ja tulenevad probleemid

Sotsiaalmeediakanal (*Social Networking Site*; SMK) on internetipõhine teenus, mis lubab inimestel (1) koostada avaliku või pool-avaliku profiili piiratud süsteemi, (2) luua list teistest sama teenuse kasutajatest, kellega ollakse mingil moel ühendatud, ja (3) vaadata ning jälgida teiste kasutajate loodud sisu ja sotsiaalsete sidemete nimekirju. Selle definitsiooni järgi oli esimene SMK *Six Degrees*, mis loodi 1997. aastal. Kahtlusteta on SMK levik tugevas seoses tehnoloogia arenguga (Ellis, 2007). Tänapäeval on ligipääs internetile suurel osal maailmast ning sellest tulenevalt on ka SMK-ite arv alates 2003. aastast pideval tõusuteel olnud (Ellis, 2007).

Brandtzæg ja Heim (2008) leidsid 11 suuremat põhjust, miks inimesed SMK-eid kasutavad. Nendeks olid (olulisuse järgi kahanevas järjekorras): uute tutvuste loomine, sõpradega suhtlemine, üldine suhtlemine, informatsiooni hankimine, debateerimine, võimalus saada tasuta lühisõnumeid, aja kulutamine, sisu jagamine ja tarbimine, täpsustamata lõbu, teiste profiilide vaatamine ja perega suhtlemine. Kusjuures, erinevalt üldisest trendist, on noorte seas SMK-ite kasutamise peamiseks põhjuseks sõprade ja perega kontaktis olemine (Subrahmanyama, Reichc, Waechterb & Espinoza, 2008). SMK kasutamise tõenäosust ja aktiivsust mõjutavad näiteks nii inimese iseloom, vanus, sugu, enesehinnang, kuulumisvajadus kui ka eluga rahuolu (Correa, Hinsley et al, 2010; Ellison, Stein & Lampe, 2007; Gangadharbatla, 2008; Hughes, Rowe et al, 2012; Pujazon-Zazik & Park, 2010; Wilson, Fornasier & White, 2010).

Kuigi SMK-d pakuvad inimestele meelelahutust ning võimaluse sotsialiseerumiseks, on leitud negatiivne korrelatsioon sotsiaalmeedia aktiivsuse ja üliõpilaste hinnete vahel (Jacobsen & Forste, 2011). Samuti on leitud, et need, kes eelistavad internetis suhtlemist näost-näku suhtlusele, on suurema problemaatilise internetikasutuse riskiga (Caplan, 2006). Shapira koos kolleegidega (2003) kirjutas, et problemaatiline internetikasutus on selline, mille puhul interneti kasutamine tundub vastupandamatu; seda tehakse pikemalt kui plaanitud; see kahjustab inimese sotsiaalset- või tööalast toimimist või teisi olulisi eluvaldkondi. Problemaatilise internetikasutuse alla kuulub ka sotsiaalne internetikasutus (sh aktiivsus sotsiaalmeedias). Internetisõltuvuse mõõtmiseks on küsimustiku välja töötanud Young (1998). Sama küsimustiku on eesti keelde adapteerinud Raudsepp (2012).

Ebizmba.com (2016) andmetel on populaarseimad SMK-id maailmas Twitter.com (hinnanguliselt 310 000 000 igakuise unikaalse külastajaga), LinkedIn.com (255 000 000 igakuise unikaalse külastajaga), Pinterest.com (250 000 000 igakuise unikaalse külastajaga) ja Tumblr.com (110 000 000 igakuise unikaalse külastajaga). Facebook hoiab kindlalt esimest kohta 1,59 miljardi igakuise aktiivse kasutajaga.

Facebook: ajalugu, olemus ja kasutamine

Facebook loodi 2004. aastal kui Harvardi Ülikooli tutvumissait. Leht arenes sealt edasi ka teistesse *Ivy League*'i ülikoolidesse (MIT-isse, Bostoni Ülikooli, Bostoni Kolledžisse, Kirde Ülikooli, Stanfordi Ülikooli, Dartmouthi Kolledžisse, Columbia Ülikooli ja Yale-i Ülikooli). Kuigi Facebooki kasutajaskond on pidevalt vananev, moodustavad Business Insideri („*Breakdown of the Demographics*“, 2015) andmetel 18-34-aastased siiski 48% kõikidest Facebooki kasutajatest. Facebook seisab veebiliikluse tiheduse poolest veebistatistikalehekülje Alexa.com (*Top Sites*, 2016) andmetel Google'i ja YouTube'i järel kolmandal kohal.

About Facebook (*About Facebook*, 2016a) leheküljel kirjeldab Facebook ennast kui võimalust ühenduses olemiseks. Facebooki uudiste voo abil saab inimene olla teadlik, mis tema sõprade eludes toimub ning tähistada koos nendega olulisi sündmusi. Läbi Facebooki *Messengeri* saab saata sõnumeid, pilte, videoid ja kleepse, mis väljendavad inimese tundeid ja meeleolusid ka neile, kellega ei olda Facebookis sõbrad. Facebooki profiilil valib igaüks, mida teised tema kohta näevad – võib kirja panna oma haridustaseme, töökoha, huvid, suhtestaatuse, tähtsad hetked. Pilte saab postitada üksikult või mitu korruga, seinale või albumitesse ning siis otsustada, kes milliseid pilte näeb. Facebooki grupid aitavad koondada ühesuguste huvidega inimesi – saab luua grupipõhiseid üritusi, panna üles pilte ja jagada faile. Facebooki otsing aitab üles leida kõik, mida otsid – postitused, inimesed ja pildid.

Company Info leheküljel (*Company Info*, 2016b) on Facebooki missiooniks anda inimestele võimalus jagada ja muuta maailm avatumaks ja paremini ühendatuks. Nende sõnul kasutavad inimesed Facebooki, et sõpradega ja perega ühenduses olla, avastada, mis maailmas toimub ning et jagada ja väljendada seda, mis on neile oluline.

Eesti Statistikaameti aastaraamatu (2015) kohaselt kasutab 16–74-aastastest Eesti elanikest internetti 84% ja Statista.com („*Active Social Media Penetration*“, 2016) järgi on neist 43% sotsiaalmeedias aktiivsed. Vincos.it („*World Map of Social Networks*“, 2016) teabe kohaselt on

Facebook populaarseim sotsiaalmeedia sait Eestis. Facebooki *Ad Manageri* (*Ad Manager*, 2016c) andmetel on Eestis Facebooki konto ca 280 000 inimesel. Neist pooled (ca 140 000) on 18-34-aastased. Eestis on Facebooki kasutamist peamiselt uuritud sotsiaalmeediaturunduse seisukohalt (Essenson, 2013; Liik, 2011; Tammeoks, 2010 jt), kuid ka milliseid riske ja võimalusi nähakse Facebooki kasutamises (Rääsk, 2013) ning kuidas tööturule suunduvad noored ennast Facebookis presenteerivad (Urbel, 2013). Lisaks on leitud (Aug, 2010), et Eesti noored veedavad Facebookis kõige rohkem aega oma uudiste voogu lugedes, kommenteerides ja vaadates.

Enesehinnang ja Facebooki kasutamine

Enesehinnang on inimese üldine hinnang oma väärtusele (Weiten, 2004) ning üks selgemaid tõsiasju enesehinnangu kontseptsiooni juures on see, et inimeste jaoks on eluliselt oluline seda hoida või tõsta (Krämer & Winter, 2008). Enesehinnangu mõõtmiseks kasutatakse enamasti Rosenbergi (1965) skaalat (Schmitt & Allik, 2005). Enesehinnangu uurimine erinevates kontekstides on oluline, kuna kõrge enesehinnang aitab ärevusest hoiduda (Pyszczynski, Greenberg, Solomon, Arndt & Schimel, 2004), mängib osalt rolli paremates akadeemilistes tulemustes ning on tugevalt seotud üldise õnnelikkusega (Baumeister, Campbell, Krueger & Vohs, 2003).

Facebooki kasutamise ja madala enesehinnangu vahel on leitud mitmeid seoseid. Steinfield, Ellison ja Lampe (2008) leidsid kasutades süvaintervjuusid pikaajalises uuringus, et madalama enesehinnanguga noored leiavad tänu aktiivsele Facebooki kasutamisele silla sotsiaalse kapitalini. Tazhini ja Siedlecki (2013) tõdesid, et madalama enesehinnanguga inividid tunnevad end tänu Facebooki kasutamisele rohkem ühenduses olevat ning lisaks ka seda, et nad kustutavad rohkem pildimärgiseid ja võtavad tihedamini võõrastelt sõbrakutseid vastu. Błachnio, Przepiorka ja Rudnicka (2016) sõnul peavad madalama enesehinnanguga inividid Facebooki oluliseks minapildi parandamise tööriistaks ning kasutavad Facebooki aktiivsemalt kui teised. Viimast kinnitab ka Mehdizadeh (2010) uuring ning lisab, et madal enesehinnang on seotud ka ennast upitavate postitustega.

Kui ühelt poolt on leitud, et Facebook aitab madala enesehinnanguga inimestel sotsiaalset sidusust tõsta, siis negatiivse poole pealt on täheldatud, et madal enesehinnang on seotud Facebooki sõltuvusega (Błachnio, Przepiorka & Pantic, 2016). Lisaks on leitud, et madala enesehinnanguga inimesed kasutavad rohkem sõnumite vahetamise teenuseid (*instant messaging*) nagu Facebooki

Messenger (Ehrenberg, Juckes, White, & Walsh, 2008) ning teevad rohkem postitusi oma romantiliste partnerite kohta (Marshall, Lefringhausen & Ferenczi, 2015).

Samas kõrge enesehinnanguga inimesed peavad Tazhini ja Siedlecki (2013) sõnul Facebooki positiivseks omaduseks võimalust jagada pilte, mõtteid ja ideid. Gonzales ja Hancock (2011) avastasid läbi eksperimendi, et oma enda Facebooki postituste ja profiili vaatamine aitavad enesehinnangut tõsta. Vastuoluliselt on leitud ka seda, et Facebooki kasutamise ja enesehinnangu vahel seos puudub (Skues, Williams & Wise, 2012).

Isiksus ja Facebooki kasutamine

Enamus kaasaegseid uurimusi seoses isiksusega käsitlevad seda läbi Suure Viisku (Costa & McCrae, 1992; ekstravertsus, neurootilisus, avatus kogemusele, meelekindlus ja sotsiaalsus), nõnda ka käesolevas töös. Isiksuseomadustel on ilmselt seos enamusega, millega inimene kokku puutub. Alustades juhtimisstiili (Judge, Bono, Ilies & Gerhardt, 2002) ja tööl toime tulekuga (Tett, Jackson & Rothstein, 1991) ning lõpetades ärevushäirete (Clark, Watson & Mineka, 1994) ja meeleoluhäiretega (Akiskal, Hirschfeld & Yerevanian, 1983).

Isiksuseomadusi on kirjeldatud järgnevalt (Costa & McCrae, 1992):

- **Ekstravertsus** mõõdab seda, kuivõrd inimene otsib välismaailmas stimulatsiooni, teiste lähedust ning väljendab positiivseid emotsioone. Ekstraverdid on sageli jutukad, sõbralikud ja sotsiaalselt aktiivsed ning neile meeldib tähelepanu keskpunkti olla. Samuti leiavad nad kergesti uusi sõpru. Madala ekstravertsusega inimesed hoiavad suurema tõenäosusega omaette ning viibivad keskkondades, kus välismaailma stimulatsioon on väiksem.
- **Neurootilisus** kirjeldab kalduvust tujukõikumistele ning emotsioonidele nagu süütunne, viha, ärevus ning ka depressioonile. Kõrge neurootilisusega inimesed kogevad tihedamini stressi, närvilisust ning samas madala neurootilisusega inimesed on rahulikumad ja enesekindlamad.
- **Avatus kogemusele** mõõdab inimese kujutlusvõimet, uudishimu ja uute kogemuste otsimist ning huvi kultuuri, ideede ja esteetika suhtes. See on seotud emotsionaalne tundlikkusega, tolerantsusega ja poliitilise liberalismiga. Kõrge kogemusele avatuse skooriga inimesed peavad tihti oluliseks kunsti, seiklusi, uusi ja ebatavalisi ideid. Madala kogemusele avatuse skooriga inimesed on sageli konservatiivsemad, vähem loomingulised

ja järgivad autoriteete. Nad väldivad tavaliselt muutusi ning pole uute ideede suhtes vastuvõtlikud.

- **Meelekindlus** mõõdab soovi elada pigem organiseeritult kui spontaanselt. Kõrge meelekindlusega inimesed on tõenäolisemalt hästi organiseeritud, ustavad ja järjepidevad. Nad naudivad planeerimist, jahivad saavutusi ning järgivad pikaajalisi eesmärke. Madala meelekindlusega inimesed on tihti spontaansemad, loovamad aga ka tolerantsemad ning järgivad vähem reegleid ja plaane.
- **Sotsiaalsus** mõõdab seda, mil määral inimene keskendub positiivsete sotsiaalsete suhete hoidmisele. Kõrge sotsiaalsusega inimesi iseloomustab tihti sõbralikkus ja empaatilisus. Nad teevad suurema tõenäosusega koostööd, usaldavad teisi inimesi ja kohanduvad viimaste vajaduste järgi. Madala sotsiaalsusega inimesed on pigem endale keskendunud, teevad vähem kompromisse ning neid võib olla keerulisem petta.

Inimese isiksuse ja tema Facebooki kasutamise vahel on leitud mitmeid seoseid. Üldiselt on täheldatud (Ryan & Xenos, 2009), et Facebooki kasutavad kõige enam ekstravertsed inimesed, vähem meelekindlad. Üks laiaulatuslikemaid töid selles valdkonnas (Bachrach, Kosinski, Graepel, Kohli, & Stillwell, 2012) leidis, et ekstraverdid astuvad Facebookis suurema tõenäosusega teistega kontakti, jagavad oma tundeid ning mis nende eludes toimub läbi staatuseuuenduste. Ekstraverdid on rohkem kaasatud ning väljendavad sagedamini, kui neile tehtud postitused meeldivad. Samuti kasutavad ekstraverdid rohkem suhtluseks gruppe ning nende sõprade arv on üldiselt kõrgem kui teistel. Moore ja McElroy (2012) leidsid, et ekstraverdid postitavad teistest rohkem pilte.

Ka neurootilisuse ja meeldimiste arvu vahel leiti positiivne korrelatsioon ning ka seda, et neurootilised inimesed kuuluvad rohkematesse gruppidesse (Bachrach et al, 2012). Lisaks on leitud (Moore & McElroy, 2012), et neurootilised inividid veedavad üldiselt Facebookis rohkem aega. Ryani ja Xenose (2009) andmetel kasutavad neurootilised inimesed suhtlemiseks rohkem Facebooki seina ning on aktiivseimad ka Facebooki *Messengeris*. Meelekindluse, meeldimiste arvu ja gruppidesse kuulumise vahel leiti negatiivne korrelatsioon (Bachrach et al, 2012). Samas täheldati, et kõrge meelekindlusega inividid laevad rohkem pilte üles.

Teised (Marshall et al, 2015) on lisaks leidnud, et ekstraverdid teevad rohkem staatuseuuendusi oma sotsiaalsete tegevuste ning igapäevaelu kohta; kõrge kogemusele avatusega inimesed postitavad rohkem intellektuaalsete teemadel; kõrge meelekindlusega inimesed teevad

rohkem postitusi oma lastest. Samas Skues, Williams ja Wise (2012) leidsid vasturääkivalt, et ekstravertsusel ning neurootilisusel pole Facebooki kasutamisega seoseid.

Bachrach et al (2012) andmetel teevad kõige rohkem staatuseuuendusi aga kõrge kogemusele avatusega inimesed. Kõrge kogemusele avatuse skoor viitas ka suuremale meeldimiste ja gruppidesse kuulumise arvule. Bachrach et al (2012) leitu ütleb, et kõrge sotsiaalsuse skoor ja aktiivsus Facebookis on võrreldes teiste isiksusomadustega kõige vähem seotud. Vastuoluliselt on ka leitud ka seda, et kõrge sotsiaalsusega inividid teevad Facebookis kõige rohkem staatuseuuendusi (Moore & McElroy, 2012).

Facebooki aktiivne-passiivne ja avalik-privaatne kasutus

Nagu üldises massikommunikatsioonis (Biocca, 1988) jaguneb ka SMK-ite (sh Facebooki) kasutajaskond aktiivseks ja passiivseks. Passiivseks Facebooki kasutamiseks nimetatakse sellist käitumist, kus ollakse teiste inimeste eludega kursis nendega otseselt suhtlemata (Burke, Kraut & Marlow, 2011; Verduyn Lee, Park, Shablack, Orvell, Bayer & Kross, 2015). See hõlmab nii uudiste voo kui ka profiilide jälgimist, piltide vaatamist, postituste lugemist jms ilma vestlusesse astumata (Krasnova, Wenninger, Widjaja ja Buxmann, 2013; Matook, Cummings & Bala, 2015; Shaw, Timpano, Tran & Joormann, 2015).

Aktiivne Facebooki kasutamine omakorda sisaldab endas suhtluses olemist ning jaguneb kaheks. Ühelt poolt on olemas avalik-aktiivne kasutamine, mis tähendab, et inimene vahetab teiste Facebooki inimestega Facebookis kommentaare, meeldimisi, pilte, postitusi jms nõnda, et suhtlust näevad ka kõrvalised isikud (Burke, Kraut & Marlow, 2011; Verduyn et al., 2015). Teisalt esineb privaatne-aktiivne Facebooki kasutamine, mis tähendab suhtlust ja omavahel info vahetamist privaatses keskkonnas (sõnumites, privaatsetes gruppides jms; Manago, Taylor & Greenfield 2012).

Frison ja Eggermont (2015) eeldasid, et kuna Facebookis saab aega veeta nii avalikult (nt jagades kõikide Facebooki kasutajatega pilte), pool-avalikult (nt jagades pilti vaid teatud inimeste grupiga) ja ka privaatset (nt jagades pilti ainult ühe inimesega), siis võib olla erinevus ka selles, kuidas need inimesed oma Facebooki-käitumist väljendavad. Teisalt tõdesid nad, et Facebooki kasutaja saab väga lihtsalt erinevate privaatsusastmete vahel hüpelda või neid samaaegselt kasutada, mis omakorda mõjutab seda, kuidas Facebooki kasutamist mõõta saab.

Facebooki kasutamise liigitamine aktiivseks ja passiivseks on teadusmaastikul üsna uus, kuid juba on leitud, et inimesed, kellel on sotsiaalse ärevuse sümptomid ja kes kogevad rohkem negatiivset afektiivsust, kasutavad Facebooki rohkem ja enamasti passiivselt (Shaw, Timpano et al, 2015). Verduyn koos kolleegidega (2015) töid välja, et passiivne Facebooki kasutamine vähendab afektiivset heaolu, kuna tekitab inimeses kadedust. Need leiud selgitavad hästi, miks on oluline Facebooki kasutamist vaadelda mitmedimensioonilisena mitte vaid ühe tervikuna, millest on keeruline välja selgitada, millised tegurid Facebooki kasutamise juures omavad negatiivseid tagajärgi või millised tegurid süvendavad juba olemasolevaid probleeme.

Frison ja Eggermont (2015) koostasid Mitmedimensioonilise Facebooki Kasutamise Skaala (*Multidimensional Scale of Facebook Use*; MSFU), et mõõta, kui palju inimesed Facebookis erinevat tüüpi tegevusi teevad. Nende töö peamiseks eesmärgiks oli välja selgitada, kas noorte erinevat tüüpi Facebooki kasutamine, üksildus ja depressioon on omavahel seotud. Kümnest väitest koosneva küsimustiku valiidsust ja reliaablust kontrolliti viies läbi faktoranalüüsi, millest selgusid kolm faktorit, mis nimetati aktiivseks-privaatseks Facebooki kasutuseks; aktiivseks-avalikuks Facebooki kasutamiseks ja passiivseks Facebooki kasutamiseks. Faktorlaadungid olid rahuldavad (.549 ja .947 vahel) ja küsimusi, mis mitmesse faktorisse jaotuvad, ei leitud. Leitud faktorid olid: „Passiivne Facebooki kasutamine“ (neli küsimust, $\alpha = .86$); „Aktiivne-avalik Facebooki kasutamine“ (kolm küsimust, $\alpha = .86$); „Aktiivne-privaatne Facebooki kasutamine“ (kaks küsimust, $r = .59$). Üks küsimustest jäeti analüüsist välja, kuna selle sisu ei sobinud faktoriga, millega sel laadungid kõrgeks ostusid. 14.04.2016 seisuga on MSFU-d Facebooki aktiivse-avaliku, aktiivse-privaatse ja passiivse kasutamise uurimiseks rakendatud ainult Frison ja Eggermont (2015) uuringu jaoks.

14.04.2016 seisuga on Frisoni ja Eggermonti (2015) artiklile Google Scholaril andmetel viidanud viis tööd (Toseeb & Inkster, 2015; van Ingen, Utz & Toepoel, 2015; Heppe, Kef & Schuengel, 2015; Frison ja Eggermont, 2016; Ireson, 2015), millest vaid üks kasutas koostatud küsimustikku. Nimelt kasutasid Heppe, Kef ja Schuengel (2015) MSFU-d, et uurida nägemispuudega noorte kaasatust sotsiaalses elus ja adapteerisid selle uurimaks üldist aktiivsust Facebookis jättes küsimustiku mitmedimensioonilisus tagaplaanile.

Uurimistöö eesmärk, olulisus ja hüpoteesid

Käesoleva uurimistöö peamiseks eesmärgiks on Facebooki aktiivse-avaliku, aktiivse-privaatse ja passiivse kasutamise seoste uurimine enesehinnangu ning isiksuseomadustega. Facebook on levinuim sotsiaalmeedia sait Eestis (Vincos.it *World Map of Social Networks*) ning maailmas on Facebooki passiivse kasutamisega leitud seoseid nii afektiivse heaolu langusega kui ka sotsiaalse ärevusega (Verduyn, Lee et al, 2015; Shaw, Timpano et al, 2015). Facebooki aktiivse-passiivse ja avaliku-privaatse kasutamise eristamine ja eraldi uurimine annab meile mitmekülgsema pildi Facebooki kasutamisest ning selle mõjust. Nagu eelpool arutatud, on Facebooki kasutamise, enesehinnangu ja isiksuse seosed veel segased. Ometi on mitmed tööd tõdenud (Wilson, Gosling & Graham, 2012), et Facebooki kasutamise uurimine on oluline nii seepärast, et Facebook pakub enneolematu läbilõike ühiskonna sotsiaalsetest protsessidest, et see on nii laialdaselt levinud ning ka ohtude ja mõjude tõttu, mis Facebook ühiskonda toob. Terviklik ning samas mitmedimensiooniline pilt Facebooki kasutamise mõjust panustab häirete ennetustöösse, aitab mõista, miks on oluline oma SMK-ites (sh Facebookis) veedetud aega piirata ning aitab näha potentsiaalset probleemset kasutust.

Lisaks on uurimistöö eesmärgiks on Facebooki aktiivset-passiivset ja avalikku-privaatset kasutamist mõõtvat skaala eesti keeleruumi kohandamine. MSFU (MSFU; Frison ja Eggermont, 2015) adapteerimine ja valideerimine eesti keeleruumi on oluline, sest Facebooki kasutamise skaalad ei ole eesti keelde varem adapteeritud.

Töös vaadeldakse võimalikke korrelatsioone Facebooki kasutamise skaala erinevate faktorite ning enesehinnangu ja isiksuse vahel. MSFU-E konstruktivaliidsuse ja dimensioonilisuse hindamiseks võrreldakse skaala tulemusi reaalse Facebooki kasutamise andmetega. Lähtuvalt töö eesmärgist ja varasemast kirjandusest püstitatakse järgmised hüpoteesid:

H1: Facebooki aktiivne-privaatne kasutamine ja enesehinnang on negatiivses korrelatsioonis.

H2: Facebooki aktiivne-avalik kasutamine on ekstravertsuse, neurootilisuse, kogemustele avatuse ja sotsiaalsusega positiivses korrelatsioonis.

H3: Facebooki aktiivne-privaatne kasutamine ja neurootilisus on positiivses korrelatsioonis.

H4: Mitmedimensioonilise Facebooki Kasutamise Skaala koguskoor ja enesehinnang on negatiivses korrelatsioonis.

Meetod

Tõlkimisprotseduur ja pilootuuring

Esimese sammuna tõlgiti MSFU eesti keelde. Seejärel lasti inglise filoloogia magistriastme üliõpilasel teha tagasitõlge ning vastavalt sellele viidi sisse parandused. Uue eestikeelse tõlke vaatasid üle ka käesoleva töö juhendajad, kes olid tuttavad MSFU olemusega ning andsid omapoolse tagasiside. Saadud eestikeelsele skaalale anti nimi MSFU-E (*Multidimensional Scale of Facebook Use in Estonian*). Paralleelselt uuriti Facebooki keskkonda, et välja selgitada, milliste MSFU-E hinnatavate tegevuste kohta saaks lisaks reaalsed andmed. Lõpptulemina pandi kokku kahekümnest küsimusest koosnev küsimustik, mis koos MSFU-E Tartu Ülikooli psühholoogia instituudi internetipõhiste uuringute keskkonda Kaemus (<https://kaemus.psych.ut.ee/>) pilootuuringuteks üles pandi. Pilootuuringus osales seitse inimest, kelle soovitudele vastavalt reaalandmete saamiseks kokku pandud küsimustikku parandati ja kasutajasõbralikumaks kohandati.

Valim ja protseduur

Uuringu osalejad värvati sotsiaalmeedia ja Tartu ülikoolide meililistide abil. Valim jagunes kaheks: 94 inimest osales uuringus Tartus asuvas Tartu Ülikooli sotsiaalteaduste valdkonna arvutiklassis ning 48 interneti vahendusel. Esialgu kutsuti uuritavad testi täitma arvutiklassi, kuna arvati, et nõnda on väiksem küsimustike poolelijättnute hulk ning kohaletulnud on rohkem motiveeritud uuringus lõpuni osalema. Hiljem lasti küsimustikke täita ka internetikeskkonnas, et valimit suurendada. Kokku osales uuringus 142 inimest. Uuringut arvutiklassis täitnud allkirjastasid informeeritud nõusoleku lehe, internetis täitnutele kuvati informeeritud nõusoleku lehe sisu enne küsimustike täitmist, mis andis osalejale teada, et uuringus osalemisel on konfidentsiaalsus tagatud ning osalejal on õigus mistahes hetkel uuring pooleli jätta. Uuringus osaleti vabatahtlikkuse alusel, kuid üliõpilastel oli võimalik saada katseminuteid.

Arvutiklassis läbi viidud uuringute ühes sessioonis osales keskmiselt korraga seitse inimest. Kui kõik ennast kirja pannud uuritavad olid kohale jõudnud, anti neile aega, et läbi lugeda informeeritud nõusoleku leht. Seejärel paluti neil avada uuringukeskkond kaemus.psych.ut.ee ning anti koodi, et nad õige uuringu leiaks. Siis tuletati osalejatele meelde, et väga oluline on läbi lugeda igale küsimustikule eelnev juhend ning täita küsimustikke kuvatud järjekorras. Küsimuste korral

paluti uuringus osalejatel tõsta käsi. Uuringus osalejatel paluti uuringu sisu mitte kolmandate osapooltega arutada. Uuringut internetis täitnutele kehtisid samad reeglid ja klassiruumis antud instruksioonid olid kuvatud lisaks küsimustike lahendamise juhenditele enne küsimustikke.

Valimist eemaldati küsimustikud pooleli jättnud inimesed ($N = 17$); need, kelle vanus ei ühtinud uuringu fookusega ($N = 4$). Andmeanalüüsis kasutati 121 ($N = 121$) inimese andmeid. Uuringus osales 40 meest (32.8%) ja 79 naist (64,8%) ning kolm inimest, kes ei soovinud oma sugu avaldada (2.5%). Osalejate vanused varieerusid vahemikus 18-34 ($M = 22.52$; $SD = 3.1$). 93 (76.9%) uuringus osalejatest olid üliõpilased, 22 (18.2%) mitte, sealjuures ei soovinud oma õpingute staatust avaldada kuus inimest (5%).

Mõõtevahendid

Osalejatel tuli täita kuus küsimustikku: sotsiaal-demograafilised andmed; kümneväiteline MSFU-E; Facebooki hinnangulise kasutamise küsimustik; Facebooki tegeliku kasutamise küsimustik; kolmekümneosalist Suurel Viisikul põhinev isiksusetest; enesehinnangu skaala eestikeelne versioon. Kõik küsimustikud olid enesekohased. Andmed koguti koostöös Joosep Kristjan Kuljusega, seetõttu oli kasutusel rohkem küsimustikke.

Järgnevalt tuuakse välja käesolevas töös kasutatud:

- 1) **Sotsiaal-demograafilised andmed.** Uuringus osalenutelt küsiti järgmisi sotsiaal-demograafilisi andmeid: sugu, vanus, haridustase ning kas uuritav on uuringu läbi viimise ajal üliõpilane.
- 2) **MSFU-E.** Uuringus osalenud pidid seitsmepunktilisel Likerti-tüüpi skaalal, mille ulatuseks oli *1 = mitte kunagi* kuni *7 = mitu korda päevas*, hindama kümne tegevuse sagedust Facebookis. Tegevused jagunesid avalikuks-aktiivseks, privaatseks-aktiivseks ja passiivseks. Tegevused, mille sagedust hinnati on toodud Tabelis 2.
- 3) **Facebooki reaalne kasutamine.** Uuritavad lugesid Aktiivsuslogist kokku oma Facebooki kasutamise sageduse parameetreid, mis on toodud Tabelis L1.
- 4) **Kolmekümneosaline isiksusetest.** Isiksuseomaduste mõõtmiseks kasutati S5 küsimustikku (Konstabel, Lönnqvist, Walkowitz, Konstabel & Verkasalo, 2012). Küsimustik baseerub NEO-PI-R viie faktori mudelil. Küsimustik on välja töötatud

mõõtmaks kolmekümne küsimusega kolmekümmend tahku viiefaktorilisest mudelist.

- 5) **Rosenbergi (1965) enesehinnangu skaala eestikeelne versioon (Pullmann & Allik, 2000).** Skaala koosneb kümnest väitest. Väidetest viis on positiivsed ja viis negatiivsed. Lisaks on skaalale lisatud üheteistkümnes väide: „Mul on kõrge enesehinnang“, et vaadata, kas ülejäänud kümne väite skoor on üksikväitega seotud.

Andmetöötlus

Andmetöötluseks kasutati statistikaprogrammi SPSS Statistics v 23.0 ja statistilise olulisuse nivooks oli kogu töö vältel 0.05.

MSFU-E konstruktivaliidsuse hindamiseks viidi läbi faktoranalüüs peatelgede meetodil ning kasutati kaldsuunalist (*oblimin*) pööramist koos Kaiseri normaliseerimisega analoogselt originaaluuringuga (Frison ja Eggermont, 2015). MSFU-E ja selle alaosa sisemise reliaabluse hindamiseks kasutati Cronbachi alfat. Konkureeriva valiidsuse kontrollimiseks kasutati Pearsoni korrelatsioonikordajat selgitamaks kui suur on seos MSFU-E ja Facebooki reaalse kasutamise küsimustiku tulemuste vahel.

Facebooki aktiivse-passiivse ja avaliku-privaatse kasutamise, enesehinnangu ja isiksuse omaduste seoste uurimiseks viidi läbi korrelatsioonianalüüsid. Kuna andmed ei olnud lineaarses seoses vaadati MSFU-E faktorite, enesehinnangu ja isiksuse skooride vahel Spearmani korrelatsioonikordajat.

Tulemused

MSFU-E faktorstruktuur

Kümnest küsimusest faktorite eraldamiseks kasutati peatelgede meetodit kaldsuunalise (*oblimin*) pööramisega. Kaiseri normaliseerimisega faktorite arvu määramisel kasutati Cattelli (Cattell, 1966) kriteeriumit ehk vaadates omaväärtuste graafikut selgitati välja, et kõige paremini sobib kolmefaktoriline struktuur. Ka Kaiseri kriteeriumi (Kaiser, 1960), mille kohaselt jäetakse alles vaid faktorid, mille omaväärtus on suurem kui üks, kinnitas kolmefaktorilist struktuuri. Need kolm faktorit nimetati järgnevalt: F1: „Passiivne Facebooki kasutamine“ (neli küsimust); F2: „Aktiivne-avalik Facebooki kasutamine“ (kolm küsimust); F3: „Aktiivne-privaatne Facebooki

kasutamine“ (kaks küsimust). Pakutav faktorstruktuur kirjeldab ära 73.5% andmete variatiivsusest. Üks küsimus („Kui tihti loed oma Facebooki uudiseid (*news feed*)?“) jäi originaaltöös (Frison ja Eggermont, 2015) faktorstruktuurist välja, kuna eeldati, et see on tugevas seoses privaatse Facebooki kasutamisega. Ka käesolevas töös läbiviidud faktoranalüüs näitas, et eelmainitud väide on seotud hoopis aktiivse-privaatse Facebooki kasutamisega. Kuna väide ei sobi kokku teiste aktiivse-privaatse Facebooki kasutamise väidetega, jäeti see originaaltööst juhindudes faktorstruktuurist välja. Tabelis 2 on näidatud faktoranalüüsi tulemused.

MSFU-E reliaablus: sisemine konsistentsus

MSFU-E kogutesti (kümme küsimust) Cronbachi alfa oli .83, alaskaalade sisemise reliaabluse näitajad on välja toodud Tabelis 2.

MSFU-E konkureeriv valiidsus: korrelatsioonid Facebooki reaalse kasutamise küsimustikuga

MSFU-E teine faktor ja Facebooki reaalse kasutamise vastavate küsimuste summa olid samuti statistiliselt olulisel määral positiivselt korreleeritud, nagu ka MSFU-E kolmas faktor ja Facebooki reaalse kasutamise küsimustiku vastav küsimus. Aktiivse-avaliku Facebooki kasutamise (Faktor 2) ja Facebooki reaalse kasutamise avalike aktiivsete tegevuste korrelatsioon oli .43 ($p < .01$) ja Facebooki aktiivse-privaatse kasutamise (Faktor 3) ja küsimuse „Mitme inimesega oled viimase 14 päeva jooksul Facebookis vestelnud (sõnumeid saatnud; väljaarvatud grupivestlused)?“ korrelatsioon oli .88 ($p < .01$).

MSFU-E, enesehinnang ja isiksus

Enesehinnangu ja MSFU-E faktorite vahel statistiliselt olulisi korrelatsioone ei esinenud (Tabel 1). MSFU-E faktorite ja isiksuse skooride vahel ilmnes kolm statistiliselt olulist korrelatsiooni (Tabel 1).

Tabel 1

Korrelatsioonid MSFU-E, enesehinnangu ja isiksuse skooride vahel

Faktorid	EH	Ekstravertsu	Avatus	Neurootilis	Sotsiaals	Meelekind
		s	kogemusele	us	us	lus
Aktiivne-avalik	-.08	.24*	.12	.13	-.04	.08
Aktiivne-privaatne	.13	.05	.03	.04	-.26**	-.05
Passiivne	-.17	.02	-.05	.21*	-.10	-.11
MSFU-E koguskoor	-.12	.10	.02	.19	-.14	-.06

Märkus: ** $p < .001$; * $p < .05$. EH = Enesehinnang. Välja on toodud ainult statistiliselt olulised seosed. N = 121.

Tabel 2

Eestikeelse Facebooki Kasutamise Skaala (MSFU-E) faktoranalüüs ja faktorite sisemine konsistentsus

Küsimus	F1	F2	F3
1. Kui tihti külastad inimeste profile, kes pole su Facebooki-sõbrad?	.86		
2. Kui tihti vaatad Facebookis inimeste pilte, kes pole su Facebooki-sõbrad?	.82		
3. Kui tihti vaatad oma Facebooki-sõprade Facebooki pilte?	.75		
4. Kui tihti külastad oma Facebooki-sõprade Facebooki profile?	.73		
5. Kui tihti teed tekstipostitusi oma Facebooki seinale?		.93	
6. Kui tihti postitad midagi muud (nt link, video) oma Facebooki seinale?		.81	
7. Kui tihti postitad pilte oma Facebooki seinale?		.73	
8. Kui tihti saadad kellelegi Facebookis privaatse sõnumi?			.91
9. Kui tihti vestled kellegagi Facebookis?			.9
10. Kui tihti loed oma Facebooki uudiseid (News Feed)?			
Seletab varieeruvusest %	40.5	18	15
Kumulatiivne varieeruvus %	40.5	58.5	73.5
Cronbachi alfa	.87	.86	.9

Märkus: Peatelgede meetod; kaldsuunaline (oblimin) pööramine Kaiser normaliseerimisega. $N = 117$. Faktorlaadungid $< .50$ on peidetud. F1: „Passiivne Facebooki kasutamine“; F2: „Aktiivne avalik Facebooki kasutamine“; F3: „Aktiivne privaatne Facebooki kasutamine“.

Arutelu ja järeldused

Uurimistöö peamiseks eesmärgiks oli Facebooki aktiivse-passiivse ja avaliku-privaatse kasutuse ning enesehinnangu- ja isiksusevaheliste seoste uurimine. Varasemate leidude põhjal püstitatud hüpoteesidest leidis üks osaliselt kinnitust. Samas kerkis esile kaks uut seost, mida teised uurijad seni leidnud polnud. Lisaks oli uurimistöö eesmärgiks adapteerida ja valideerida Mitmedimensiooniline Facebooki Kasutamise Skaala (*Multidimensional Scale of Facebook Usage*; Frison ja Eggermont, 2015) eesti keelde. Uurimuses hinnati Eestikeelse Mitmedimensioonilise Facebooki Kasutamise Skaala ehk MSFU-E (*Multidimensional Scale of Facebook Usage in Estonian*) sisemist konsistentsust ja konkureerivat valiidsust. Andmeanalüüsi põhjal võib järeldada, et MSFU-E on usaldusväärne ja valideerne küsimustik, mida võib eesti keeleruumis Facebooki aktiivse-passiivse ja avaliku-privaatse kasutamise uurimiseks rakendada. Küll aga tasub olla ettevaatlik üldistuste tegemisel (Vt Uuringu kitsaskohad).

MSFU-E sisemine struktuur ja reliaablus

Faktoranalüüsi tulemusel jagunes MSFU-E kolmeks ning faktorid seletasid ära 73.5% andmete varieeruvusest, mis ei erine palju originaaluurimusest (Frison & Eggermont, 2015), kus faktorid seletasid 74% andmete varieeruvusest. Kõik faktorid vastasid originaaluurimuse tulemustele ning samamoodi jäi faktorstruktuurist välja ka küsimus uudistevoo (*News Feed*) sirvimise kohta. Faktorlaadungid olid rahuldavad varieerudes .73 ja .93 vahel (Tabel 2), mis on sarnane originaaltöös (Frison & Eggermont, 2015) raporteeritule. Samuti ei tulnud esile, et mõni väide mitmesse faktorisse sobiks.

MSFU-E valiidsus

Küsimustiku konkureeriva valiidsuse hindamiseks vaadati korrelatsioone ($r = .43, p < 0.01$; $r = .88, p < .01$) Facebooki reaalse kasutamisega. Korrelatsioone sai võrrelda vaid Facebooki aktiivse avaliku ja aktiivse privaatse kasutamise faktorite ja reaalse kasutamise küsimustiku küsimuste vahel, sest passiivset kasutamist Aktiivsuslogi abil mõõta ei saa. Korrelatsioonide tugevust võis mõjutada see, et andmeid küsiti liiga detailselt ning inimesed ei osanud või ei pruukinud olla motiveeritud neid oma Aktiivsuslogist õigesti üles märkimiseks.

MSFU-E seosed enesehinnanguga

Varasema kirjanduse põhjal (Mehdizadeh, 2010; Błachnio, Przepiorka & Rudnicka, 2016) võib järeldada, et Facebooki kasutamine aitab madala enesehinnanguga inimestele sotsiaalset sidusust suurendada ning madala enesehinnanguga inimesed leiavad tihti Facebooki kasutamises rohkem positiivset kui teised, ning ka seda, et madalama enesehinnanguga inimesed kasutavad Facebooki rohkem. Selle seose kontrollimiseks püstitati hüpotees, mis väitis, et MSFU-E koguskoor ja enesehinnang on omavahel negatiivses korrelatsioonis. See hüpotees ei leidnud käesoleva töö andmetel kinnitust. Tulemused on üllatavad, kuna nii Mehdizadeh (2010) kui ka Błachnio, Przepiorka ja Rudnicka (2016) uurimused viidi läbi sarnaselt käesoleva tööga peamiselt üliõpilastest koosneval valimil. Varasemad tulemused leiti kahe erineva meetodiga - Błachnio, Przepiorka ja Rudnicka (2016) kasutasid enesekohaseid küsimustikke ning Mehdizadeh (2010) analüüsis uuritavate profile. Samas oli esimese uuringu valim märgatavalt suurem ning ka käesoleva töö tulemused näitasid suundumust varem leitud korrelatsioonide suuna poole. Seega on vaja antud hüpoteesi suuremal valimil uuesti kontrollida.

Teine enesehinnanguga seotud hüpotees püstitati Ehrenberg et al (2008) uuringu põhjal, mis leidis, et madalama enesehinnanguga inimesed kasutavad rohkem sõnumite vahetamise teenuseid (*instant messaging*). Seega oodati negatiivset seost Facebooki privaatse-aktiivse kasutamisega. Statistiliselt olulist seost käesoleva töö andmete põhjal ei ilmnenud. Siinkohal võis tulemusi mõjutada tõsiasi, et Ehrenberg et al (2008) uuring on pea kümme aastat vana ning seos enesehinnangu ja sõnumite vahetamise teenuste (*instant messaging*) vahel on lihtsalt kadunud, kuna ka sõnumite vahetamise teenuste populaarsus ja kasutamise olulisus on aastatega muutunud (Yoon, Jeong & Rolland, 2015).

MSFU-E faktorite seosed isiksusega

Facebooki aktiivse-passiivse ja avaliku-privaatse kasutamise ning isiksuseomaduste vaheliste seoste uurimiseks püstitatud hüpoteesidest leidis osaliselt kinnitust vaid üks – Facebooki avalik-aktiivne kasutamine on positiivses korrelatsioonis ekstravertsusega (Tabel 1). Seost kinnitavad mitmed varasemad uuringud (Ryan & Xenos, 2009; Bachrach et al, 2012; Moore & McElroy, 2012). Samas on leid vastuolus Skues, Williams ja Wise (2012) uuringu, mis väitis, et ekstravertsuse ja Facebooki kasutamise vahel seoseid ei ole.

Facebooki aktiivse-avaliku kasutamise, neurootilisuse, kogemusele avatuse ja sotsiaalsuse vahel statistiliselt olulist korrelatsiooni ei leitud. Samuti ei leitud seost Facebooki aktiivse-privaatse

kasutamise ja neurootilisuse vahel. Siinkohal on oluline mainida, et hüpoteesid oli püstitatud Bachrachi ja kolleegide (2012) uuringu põhjal, mis leidis seosed Facebooki kasutamise reaalsete andmete põhjal. Käesolev töö kasutab enesekohaseid andmeid, mis võib tulemusi mõjutada. Varasemates töödes ei ole Facebooki kasutamist ka faktoriteks jagatud, seosed on leitud vaadeldes kõiki võimalike Facebooki tegevusi eraldi.

Andmeanalüüsi käigus ilmnes aga kaks seost, millele varasem kirjandus otseselt viidanud ei ole. Esiteks leiti negatiivne korrelatsioon Facebooki aktiivse-privaatse kasutamise ja sotsiaalsuse vahel. See on üllatav, kuna Facebook on hea viis lähedaste ja teistega kontakti säilitamiseks (Brandtzæg & Heim, 2008) ning madal sotsiaalsus viitab just sellele, et inimese jaoks ei ole sotsiaalsete sidemete säilitamine oluline. Samas näitab vastuoluline leid seda, et ka Facebooki privaatsete tegevuste uurimine on oluline, kuna ilmneb, et näiteks vestlemine Facebookis on reaalses elus vestlemisest suurel määral erinev.

Teine seos leiti Facebooki passiivse kasutamise ja neurootilisuse vahel. Nimelt esines positiivne korrelatsioon. Seos kinnitab, et Facebooki passiivsel kasutamisel võivad olla negatiivsed mõjud (Verduyn, Lee et al, 2015; Shaw, Timpano et al, 2015), sest ka neurootilisust seostatakse negatiivsete emotsioonide, stressi- ja depressioonisoodumusega (Ulaszek, Zinbarg, Mineka, Craske, Sutton, Griffith, ... & Hammen, 2010). Mis näitab jällegi just Facebooki passiivse kasutamise süvitsi uurimise vajalikkust.

Uuringu olulisus, kitsaskohad ja edasiarendused

Lisaks varem mainitud tõsiasjale, et Facebooki passiivselt kasutamisel võivad olla negatiivsed mõjud (Verduyn, Lee et al, 2015; Shaw, Timpano et al, 2015) ning et ka käesolev uurimistöö leidis seose neurootilisuse ja Facebooki passiivse kasutamise vahel, tuleb arvesse võtta, et Facebook kuvab sisu algoritmide järgi (*How News Feed Works*, 2016d). Nimelt inimene näeb just sellist sisu, millega ta varem kaasatud on olnud. Seega näiteks kui stressis või depressiivne inimene vaatab negatiivset sisu, siis näeb ta seda järjest rohkem, mis võib stressi või depressiooni veelgi süvendada. Samuti näitab käesolev töö Facebookis sõnumite saatmise uut tahku, mis annab mõista, et Facebookis suhtlemine ei ole reaalse elu suhtlusega võrdne.

Lisaks on töö käigus eesti keeleruumi adapteeritud ja valideeritud MSFU-E ainuke omalaadne skaala, kuigi Facebook on levinuim SMK Eestis (Vincos.it *World Map of Social Networks*). Kuna Facebooki passiivse kasutamise, afektiivse heaolu languse ja sotsiaalse ärevuse vahel on leitud seoseid (Verduyn, Lee et al, 2015; Shaw, Timpano et al, 2015), saab MSFU-E abil Facebooki

kasutamise võimalikke negatiivseid mõjusid eesti keeleroumis paremini uurida, ennetada ja teadvustada.

Uuringu peamiseks kitsaskohaks võib pidada väikest valimi suurust, mis ei pruugi olla esinduslik ning võib tulemusi mõjutada. Lisaks olid kõik vastanutest vabatahtlikud, kes võivad olla kõrgema sotsiaalse staatusega ja/või suurema heakskiiduvajadusega võrreldes teiste gruppidega (Heiman, 2002) – ka see võib uuringu tulemusi kallutada. Nagu sai enne välja toodud, on võimalik, et skaala konkureeriva valiidsuse hindamiseks kasutatud Facebooki reaalse kasutamise küsimustiku vastused ei pruukinud olla väga täpsed, kuna uuritavalt küsiti palju erinevaid küsimusi ning neile vastuste leidmine võis olla keeruline ja tüütu ning tuleb arvestada ka sellega, et saadud andmed on siiski enesekohaselt raporteeritud. Lisaks oli märgata ka ekstreemsete vastuste pakkumist, mis erinesid keskmisest mitme standardhälbe võrra. Mängu võis tulla ka sotsiaalselt soovitatav vastamine, kus prooviti näidata reaalsest erinevat käitumist.

Tasub märkida, et ehkki Aktiivsuslogi peegeldab inimeste reaalsel Facebooki kasutust, võib see anda ebatäpseid tulemusi. Näiteks võivad inimesed midagi oma Facebooki seinalle postitada, mille nad hiljem ära kustutavad (näiteks osaleda loosikampanias postituse jagamise teel ning pärast kampania lõppu jagatud postituse eemaldada) – sellisel juhul ei kuva Aktiivsuslogi vastavat tegevust. Samas tuleb tõdeda, et Facebooki andmekaitse tõttu pole enam võimalik muud moodi täpset kasutamise statistikat saada, kui inimestelt endalt küsida. Varasemalt oli võimalus Facebookilt inimese nõusolekul saada raport tema tegevustega või üldisemat infot kasutuse kohta vanusegruppide, haridustasemete jms lõikes.

Kuna just passiivse Facebooki kasutamise juures on avastatud negatiivseid seoseid (Verduyn, Lee et al, 2015; Shaw, Timpano et al, 2015), siis on töö kitsaskohaks ka see, et just passiivse kasutamise kohta puuduvad reaalsed andmed (Tabel L1). Samas tuleb siinkohal ette järele mõelda varem mainitud takistus – neid andmeid pole võimalik käesolevas töös kasutatud meetodiga saada. Kuna ka käesolev uurimus leidis seose neurootilisuse ja Facebooki passiivse kasutamise vahel, tuleks passiivse kasutamise tagamaadele jõudmiseks ilmselt läbi viia süvaintervjuusid või kasutada muid isikliku lähenemisega meetodikaid.

Edasiseks uurimiseks tuleks leida parem viis Facebooki reaalse kasutamise välja selgitamiseks. Käesolev töö näitas, et inimesed on valmis ise andmete lugemisse panustama, kuid seda tuleks nende jaoks lihtsamaks teha. Tõenäoliselt tuleks küsida väga üldiselt *like*-nupu vajutamise, kommenteerimise, jagamise, piltide ja muude postituste tegemise kohta või siis läheneda uuritavatele isiklikumalt. Spetsiifiliste andmete kogumise puhul võib inimesel tekkida segadus Facebooki

liigitamissüsteemi ja selle vahel, milleks nad tegevusi ise liigitavad (nt Facebook võib postituse, mida inimene peab pildiks, liigitada tekstipostituseks). Samuti tuleks teha uuring suurema ja esinduslikuma valimiga ning uurida ka teisi vanusegrupe peale Facebooki suurima kasutajaskonnaga vanusegrupi.

Kokkuvõte

Käesolevas töös leiti Facebooki aktiivse-avaliku kasutamise ja ekstravertsuse ($r = .24$, $p < .05$) ning Facebooki aktiivse-privaatse kasutamise ja sotsiaalsuse vahel ($r = -.26$, $p < .01$) seos. Samuti leiti positiivne korrelatsioon Facebooki passiivse kasutamise ja neurootilisuse vahel ($r = .21$, $p < .05$). Enesehinnangu, teiste isiksuseomaduste ja Facebooki kasutamise vahel seoseid ei leitud. Töös adapteeriti ja valideeriti ka Mitmedimensiooniline Facebooki Kasutamise Skaala (MSFU-E) eesti keelde noorte täiskasvanute valimil. Korrelatsioon Facebooki reaalse kasutamise küsimustiku küsimuste ja MSFU-E faktorite vahel ($r = .43$, $p < .01$; $r = .88$, $p < .01$), MSFU-E sisereliaabluse näitaja ($\alpha = .83$) viitab, et MSFU-E saab kasutada Facebooki aktiivse-passiivse ja avaliku-privaatse kasutamise hindamiseks. MSFU-E on esimene eesti keeleroumi adapteeritud ja valideeritud küsimustik, mis uurib Facebooki kasutamist ning teeb seda mitmedimensiooniliselt, aidates paremini mõista Facebooki erinevate külgede mõjusid.

Tänuõnad

Uuringu autor tahab tänada mõistlikkuse, kannatlikkuse ning suurepärase juhendamise eest töö juhendajaid Dmitri Rozgonjuki ja Karin Tähte. Samuti lõbusate andmekogumissessioonide eest Joosep Kristjan Kuljust ning kõiki neid, kes võtsid vaevaks MSFU-E täitmise, klassiruumis või interneti teel. Lisaks ka neid, et panustasid oma aega ja mõtteid uurimuse pilootprojekti parandamisse. Ja emmet ja Sandrat ka.

Kirjanduse loetelu

- Aug, K. (2010). Suhtlusportaalide kasutajaeelistuste muutumine Orkuti ja Facebooki näitel. Kättesaadav: <http://dspace.ut.ee/handle/10062/15306> (Vaadatud 23.04.2016).
- Bachrach, Y., Kosinski, M., Graepel, T., Kohli, P., & Stillwell, D. (2012). Personality and patterns of Facebook usage. *In Proceedings of the 4th Annual ACM Web Science Conference*, 24-32.
- Baumeister, R. F., Campbell, J. D., Krueger, J. I., & Vohs, K. D. (2003). Does high self-esteem cause better performance, interpersonal success, happiness, or healthier lifestyles?. *Psychological science in the public interest*, Vol 4 (1), 1-44.
- Biocca, F. A. (1988). Opposing conceptions of the audience: The active and passive hemispheres of mass communication theory. *Communication yearbook*, Vol 11 (648), 51-80.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., & Pantic, I. (2016). Association between Facebook addiction, self-esteem and life satisfaction: A cross-sectional study. *Computers in Human Behavior*, 55, 701-705.
- Błachnio, A., Przepiorka, A., & Rudnicka, P. (2016). Narcissism and self-esteem as predictors of dimensions of Facebook use. *Personality and Individual Differences*, Vol 90, 296-301.
- Burke, M., Kraut, R., & Marlow, C. (2011). Social capital on Facebook: Differentiating uses and users. *Proceedings of the 2011 ACM Conference on Human Factors in Computing Systems*. Vancouver, British Columbia, Canada: Association for Computing Machinery (ACM) SIGCHI.
- Caplan, S. E. (2006). Relations among loneliness, social anxiety, and problematic Internet use. *CyberPsychology & Behavior*, Vol 10 (2), 234-242.
- Clark, L. A., Watson, D., & Mineka, S. (1994). Temperament, personality, and the mood and anxiety disorders. *Journal of Abnormal Psychology*, Vol 103 (1), 103.
- Correa, T., Hinsley, A. W., & De Zuniga, H. G. (2010). Who interacts on the Web?: The intersection of users' personality and social media use. *Computers in Human Behavior*, Vol 26 (2), 247-253.
- Ehrenberg, A., Juckes, S., White, K. M., & Walsh, S. P. (2008). Personality and self-esteem as predictors of young people's technology use. *CyberPsychology & Behavior*, Vol 11 (6), 739-741.
- Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol 13 (1), 210-230.

- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of Facebook “friends:” Social capital and college students’ use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol 12 (4), 1143-1168.
- Essenson, P. (2013). Turunduskampaaniate tõhususe hindamine sotsiaalmeedia mõõdikute põhjal Wellness OÜ näitel. Kättesaadav: <http://hdl.handle.net/10062/36142> (Vaadatud 23.04.2016).
- Frison, E., & Eggermont, S. (2016). "Harder, Better, Faster, Stronger": Negative comparison on Facebook and adolescents' life satisfaction are reciprocally related. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*.
- Gangadharbatla, H. (2008). Facebook me: Collective self-esteem, need to belong, and internet self-efficacy as predictors of the iGeneration’s attitudes toward social networking sites. *Journal of interactive advertising*, Vol 8 (2), 5-15.
- Gonzales, A. L., & Hancock, J. T. (2011). Mirror, mirror on my Facebook wall: Effects of exposure to Facebook on self-esteem. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol 14 (1-2), 79-83.
- Costa, P. T., & McCrae, R. R. (1992). *Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI) professional manual*. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Hargittai, E., & Hsieh, Y. L. P. (2010). Predictors and consequences of differentiated practices on social network sites. *Information, Communication & Society*, Vol 13 (4), 515-536.
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol 13 (1), 276-297.
- Heppe, E. C., Kef, S., & Schuengel, C. (2015). Testing the effectiveness of a mentoring intervention to improve social participation of adolescents with visual impairments: study protocol for a randomized controlled trial. *Trials*, Vol 16 (1), 1-11.
- Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., & Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, Vol 28 (2), 561-569.
- Ireson, D. (2015). Antenatal clinic: Using ethnographic methods to listen to the voices of pregnant adolescents.

- Jacobsen, W. C., & Forste, R. (2011). The wired generation: Academic and social outcomes of electronic media use among university students. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol 14 (5), 275-280.
- Judge, T. A., Bono, J. E., Ilies, R., & Gerhardt, M. W. (2002). Personality and leadership: a qualitative and quantitative review. *Journal of Applied Psychology*, Vol 87 (4), 765.
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T., & Buxmann, P. (2013). Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction? Paper presented at the 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik, Leipzig, Germany.
- Krämer, C. N & Winter S. (2008). Impression management 2.0: the relationship of self-esteem, extraversion, self-efficacy, and selfpresentation within social networking sites. *Journal of Media Psychology*, Vol 20, 106-116.
- Konstabel, K.; Lönnqvist, J.-E.; Walkowitz, G.; Konstabel, K.; Verkasalo, M. (2012). The "Short Five" (S5): Measuring personality traits using comprehensive single items. *European Journal of Personality*, Vol 26, 13-29
- Liik, M. (2011). Reklaamikampaania tulemuslikkuse analüüs Ekspressreisid Tartu OÜ näitel Facebookis. Kättesaadav: <http://hdl.handle.net/10062/18115> (Vaadatud: 23.04.2016).
- Lin, K. Y., & Lu, H. P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, Vol, 27 (3), 1152-1161.
- Manago, A. M., Taylor, T., & Greenfield, P. M. (2012). Me and my 400 friends: The anatomy of college students' Facebook networks, their communication patterns, and well-being. *Developmental Psychology*, Vol 48, 369-380.
- Matook, S., Cummings, J., & Bala, H. (2015). Are you feeling lonely? The impact of relationship characteristics and online social network features on loneliness. *Journal of Management Information Systems*, Vol 31, 278-310.
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, Vol 13 (4), 357-364.
- Moore, K., & McElroy, J. C. (2012). The influence of personality on Facebook usage, wall postings, and regret. *Computers in Human Behavior*, Vol 28 (1), 267-274.
- Pullmann, H. & Allik, J. (2000). The Rosenberg Self-Esteem Scale: its dimensionality, stability, and personality correlates in Estonian. *Personality and Individual Differences*, 28, 701-715.

- Pyszczynski, T., Greenberg, J., Solomon, S., Arndt, J., & Schimel, J. (2004). Why do people need self-esteem? A theoretical and empirical review. *Psychological bulletin*, Vol 130 (3), 435.
- Rääsk, V. (2013). Eesti Panga töötajate Facebooki kasutus: alusmaterjal sotsiaalmeedia kasutamise hea tava väljatöötamiseks. Kättesaadav: <http://hdl.handle.net/10062/31300> (Vaadatud 23.04.2016).
- Shaw, A. M., Timpano, K. R., Tran, T. B., & Joormann, J. (2015). Correlates of Facebook usage patterns: The relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior*, Vol 48, 575-580.
- Tammeoks, K. (2010). Turundus sotsiaalmeedias: Eesti ettevõtete kogemus - põhjused, info ja tulemused. Kättesaadav: <http://hdl.handle.net/10062/15391> (Vaadatud 23.04.2016).
- Tett, R. P., Jackson, D. N., & Rothstein, M. (1991). Personality measures as predictors of job performance: a meta-analytic review. *Personnel Psychology*, Vol 44 (4), 703-742.
- Toseeb, U., & Inkster, B. (2015). Online social networking sites and mental health research. *Frontiers in psychiatry*, 6.
- Uliaszek, A. A., Zinbarg, R. E., Mineka, S., Craske, M. G., Sutton, J. M., Griffith, J. W., ... & Hammen, C. (2010). The role of neuroticism and extraversion in the stress–anxiety and stress–depression relationships. *Anxiety, Stress, & Coping*, Vol 23 (4), 363-381.
- Urbel, H. (2013). Tööturule sisenevate Tartu Ülikooli ajakirjanduse ja kommunikatsiooni instituudi tudengite enesepresentatsioon Facebookis. Kättesaadav: <http://hdl.handle.net/10062/31309> (Vaadatud 23.04.2016).
- van Ingen, E., Utz, S., & Toepoel, V. (2015). Online Coping After Negative Life Events Measurement, Prevalence, and Relation with Internet Activities and Well-Being. *Social Science Computer Review*.
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., ... & Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology: General*, Vol 144 (2), 480.
- Raudsepp, K. (2012). Internetisõltuvus ja selle seosed kooliga seotud teguritega kahe Tartu linna kooli näitel. Magistritöö. Tartu Ülikool, haridusteaduste instituut.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg self-esteem scale (RSE). Acceptance and commitment therapy. Measures package, 61.

- Ryan, T., & Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook usage. *Computers in Human Behavior*, Vol 27 (5), 1658-1664.
- Shapira, N. A., Lessig, M. C., Goldsmith, T. D., Szabo, S. T., Lazoritz, M., Gold, M. S., & Stein, D. J. (2003). Problematic internet use: proposed classification and diagnostic criteria. *Depression and anxiety*, Vol 17 (4), 207-216.
- Skues, J. L., Williams, B., & Wise, L. (2012). The effects of personality traits, self-esteem, loneliness, and narcissism on Facebook use among university students. *Computers in Human Behavior*, Vol 28 (6), 2414-2419.
- Schmitt, D. P., & Allik, J. (2005). Simultaneous administration of the Rosenberg Self-Esteem Scale in 53 nations: Exploring the universal and culture-specific features of global self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol 89, 623– 642
- Steinfeld, C., Ellison, N. B., & Lampe, C. (2008). Social capital, self-esteem, and use of online social network sites: A longitudinal analysis. *Journal of Applied Developmental Psychology*, Vol 29 (6), 434-445.
- Subrahmanyam, K., Reich, S. M., Waechter, N., & Espinoza, G. (2008). Online and offline social networks: Use of social networking sites by emerging adults. *Journal of applied developmental psychology*, Vol 29 (6), 420-433.
- Tazghini, S., & Siedlecki, K. L. (2013). A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, Vol 29 (3), 827-832.
- Pujazon-Zazik, M., & Park, M. J. (2010). To tweet, or not to tweet: gender differences and potential positive and negative health outcomes of adolescents' social internet use. *American journal of men's health*, Vol 4 (1), 77-85.
- Weiten W. (2004). *Psychology themes and variations*. Belmont, CA: Wadsworth/Thomson Learning.
- Wilson, K., Fornasier, S., & White, K. M. (2010). Psychological predictors of young adults' use of social networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, Vol 13(2), 173-177.
- Xu, C., Ryan, S., Prybutok, V., & Wen, C. (2012). It is not for fun: An examination of social network site usage. *Information & Management*, Vol 49 (5), 210-217.
- Young, K. S. (1998). Caught in the net: How to recognize the signs of internet addiction, and a winning strategy for recovery. John Wiley & Sons.

- Yoon, C., Jeong, C., & Rolland, E. (2015). Understanding individual adoption of mobile instant messaging: a multiple perspectives approach. *Information Technology and Management*, Vol 16 (2), 139-151.
- Active Social Media Penetration in European Countries*. Kättesaadav: <http://www.statista.com/statistics/295660/active-social-media-penetration-in-european-countries/> (Kasutatud: 07.04.2016).
- About Facebook*. (2016a). Kättesaadav: <https://www.facebook.com/about/> (Kasutatud: 26.04.2016).
- Company Info*. (2016b). Kättesaadav: <http://newsroom.fb.com/company-info/> (Kasutatud 26.04.2016).
- How News Feed Works*. (2016d). Kättesaadav: <https://www.facebook.com/help/327131014036297/> (Kasutatud 15.05.2016).
- Facebook Ad Manager*. (2016c). Kättesaadav: <https://www.facebook.com/ads/manager/> (Kasutatud 26.03.2016).
- Top Sites*. (2016). Kättesaadav: <http://www.alexa.com/topsites> (Kasutatud 28.04.2016).
- Top 15 Most Popular Social Networking Sites | April 2016*. (2016). Kättesaadav: <http://www.ebizmba.com/articles/social-networking-websites> (Kasutatud: 07.04.2016)
- Update a Breakdown of the Demographics for Each of the Different Social Networks*. Kättesaadav: <http://www.businessinsider.com/update-a-breakdown-of-the-demographics-for-each-of-the-different-social-networks-2015-6> (Kasutatud 26.03.2016).
- World Map of Social Networks*. Kättesaadav: <http://vincos.it/world-map-of-social-networks> (Kasutatud: 07.04.2016).

Lisad

Tabel 1

Facebooki reaalne kasutamine küsimused ning kas tegemist on aktiivse avaliku või aktiivse privaatse kasutusega

Küsimus	Aktiivne avalik kasutus	Aktiivne privaatne kasutus	Passiivne kasutus
Mitu videot oled lisanud Facebooki ajavahemikus 14.01-31.01?	x		
Mitu lehekülgede (nt organisatsioonide, muusikute või meelelahutuslehtede) tehtud staatuseuuendust oled ajavahemikus 14.01-31.01 meeldivaks märkinud?	x		
Mitu pilti oled Facebookis ajavahemikus 14.01-31.01 meeldivaks märkinud?	x		
Mitu linki oled Facebookis ajavahemikus 14.01-31.01 meeldivaks märkinud?	x		
Mitut lehte oled Facebookis ajavahemikus 14.01-31.01 meeldivaks märkinud?	x		
Mitu staatuseuuendust (tekst või tekst + video või tekst + pilt või tekst + link vms) oled ajavahemikus 14.01-31.01 Facebookis teinud?	x		
Mitut tavakasutajate (nt: sõprade, perekonna või võõraste) tehtud postitust oled ajavahemikus 14.01-31.01 jaganud?	x		
Mitut lehekülgede (nt: organisatsioonide, muusikute või meelelahutuslehtede) tehtud postitust oled ajavahemikus 14.01-31.01 jaganud?	x		
Mitut tavakasutajate (nt: sõprade, perekonna või võõraste) tehtud postitust (tekstipostitust, pilti, videot jms) oled ajavahemikus 14.01-31.01 kommenteerinud?	x		
Mitut lehekülgede (nt: organisatsioonide, muusikute või meelelahutuslehtede) tehtud postitust (tekstipostitust, pilti, videot jms) oled ajavahemikus 14.01-31.01 kommenteerinud?	x		
Mitmele üritusele oled Facebookis ajavahemikus 14.01-31.01 märkinud osalen/olen huvitatud?	x		
Mitu pilti oled Facebooki lisanud ajavahemikus 14.01-31.01?	x		
Mitu tavakasutajate (nt sõprade, perekonna või võõraste) tehtud staatuseuuendust oled ajavahemikus 14.01-31.01 meeldivaks märkinud?	x		
Mitmesse postitusse (videosse, pildile, tekstipostitusse) on sind Facebookis ajavahemikus 14.01-31.01 märgitud?			
Mitu inimest on sinu Facebooki sõbralistis?			
Mitme Facebooki grupiga (nii avalikud kui ka privaatsed) oled liitunud?	x		
Kas sinu suhtestaatus on Facebookis määratud? Jah/Ei			
Kellele on sinu suhtestaatus Facebookis nähtav? Avalik/Sõbrad/Ainult mina/Kohandatud			
Mitme inimesega oled viimase 14 päeva jooksul Facebookis vestelnud (sõnumeid saatnud; väljaarvatud grupivestlused)?		x	

Käesolevaga kinnitan, et olen korrektselt viidanud kõigile oma töös kasutatud teiste autorite poolt loodud kirjalikele töödele, lausetele, mõtetele, ideedele või andmetele.

Olen nõus oma töö avaldamisega Tartu Ülikooli digitaalarhiivis DSpace.

/Anna-Kati Pahker/